

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis permasalahan pada Iconic Gelato & Bistro di Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa diperlukan perancangan ulang interior yang mampu menjawab isu kejenuhan visual, penurunan daya tarik pengunjung, serta kurang optimalnya sistem keamanan dan *display* koleksi *action figure*. Melalui pendekatan *hybrid experience*, perancangan diarahkan untuk mengintegrasikan fungsi *gelato*, *bistro*, dan *toys gallery* ke dalam satu kesatuan ruang yang kohesif dan imersif melalui pengolahan tata ruang, elemen interior, pencahayaan, material, serta sistem utilitas yang mendukung kenyamanan dan keamanan pengguna. Selain berfungsi sebagai ruang kuliner, desain juga mampu menghadirkan pengalaman multi sensorial yang memperkuat *identitas brand*, meningkatkan interaksi pengunjung, serta menciptakan daya tarik visual yang berkelanjutan sehingga Iconic Gelato & Bistro dapat tetap relevan sebagai destinasi *lifestyle* dan rekreasi di Yogyakarta.

#### **B. Saran**

Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, perancangan Interior Iconic Gelato & Bistro ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam pengembangan desain interior komersial yang mengintegrasikan fungsi rekreasi, edukasi, dan pengalaman tematik ke dalam satu kesatuan ruang. Pendekatan *Hybrid Experience* yang diterapkan pada perancangan ini juga membuka peluang untuk dieksplorasi lebih lanjut melalui pengembangan konsep, metode desain, maupun penerapan teknologi yang mampu meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan pengguna. Selain itu, penelitian dan perancangan lanjutan dapat dilakukan pada berbagai jenis fasilitas komersial lainnya guna memperkaya kajian mengenai desain interior berbasis pengalaman (*experience based design*) yang tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga pada pembentukan nilai, identitas, dan kualitas pengalaman pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Action figure Iron Man pecah, Iconic Gelato tak minta ganti. (2023, December 31). *Ngopibareng.id*. <https://www.ngopibareng.id/read/action-figure-iron-man-pecah-iconic-gelato-tak-minta-ganti>
- Artusi, F., & Al Khuwaitem, K. (2017). *Hybrid retail experience: Interpretative model and concept design for laFeltrinelli Megastore* (Master's thesis). Politecnico di Milano.
- Cherry, K. (2020). *Color psychology: How colors affect emotions and behaviors*. VerywellMind. <https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824>
- Domingo, J. L., Treder, M. S., Karren, C., & Wimber, M. (2019). Evidence that neural information flow is reversed between object perception and object reconstruction from memory. *Nature Communications*, *10*(1). <https://doi.org/10.1038/s41467-018-08080-2>
- Fadhlurahman, M., Buddhi, T. S., & Kamardiani, D. R. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato Yogyakarta* [Undergraduate thesis]. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fadhlurahman, M., Buddhi, T. S., & Kamardiani, D. R. (2019). Analisis pengaruh persepsi kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen gelato. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Jasa*, *7*(2), 145–158.
- Gelato Messina. (n.d.). *The Gelato Messina story*. Retrieved November 23, 2025, from <https://gelatomessina.com/pages/story>
- Harminanto, F. (2023, December). Pengunjung rusakkan action figure Iron Man puluhan juta rupiah, begini akhirnya. *KRJogja*. <https://www.krjogja.com/yogyakarta/1243683101/pengunjung-rusakkan-action-figur-iron-man-puluhan-juta-rupiah-begini-akhirnya>
- ICONIC Gelato & Bistro. (n.d.). *ICONIC Gelato & Bistro*. Retrieved November 23, 2025, from <https://iconicjogja.co.id>
- Kilmer, R. (2014). *Designing interiors* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

- Kurniawati, R. (2018). Pengaruh store atmosphere terhadap keinginan untuk beli kembali di Taman Indie Resto Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 43–52.
- Mahnke, F. H. (1996). *Color, environment, and human response: An interdisciplinary handbook for architects, interior designers, and art therapists*. John Wiley & Sons.
- Marsum, W. A. (2005). *Restoran dan segala permasalahannya*. Andi.
- Neufert, E. (2003). *Data arsitek* (33rd ed.). Erlangga.
- Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *The human dimension & interior space: A source book of design reference standards*. Whitney Library of Design.
- Pendit, N. S. (2018). *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa.
- Pinterest. (n.d.). *Interior display reference* [Pin]. Pinterest. Retrieved November 23, 2025, from <https://pin.it/4783UYQzt>
- Pinterest. (n.d.). *Interior display reference* [Pin]. Pinterest. Retrieved November 23, 2025, from <https://pin.it/7o2jmgloz>
- Pinterest. (n.d.). *Interior display reference* [Pin]. Pinterest. Retrieved November 23, 2025, from <https://pin.it/4FxKjPsQv>
- Tsania, S. M. (n.d.). *Pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus terhadap Z Ice Cream)* [Undergraduate thesis]. Universitas Internasional Semen Indonesia.
- Tulipa, D., Gunawan, S., & Supit, V. H. (2014). The influence of store atmosphere on emotional responses and re-purchase intentions. *Journal of Business Management and Strategy*, 5(2), 151–164.